

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, LIFE STYE, AND PRODUCT
QUALITY TOWARDS PURCHASE DECISION OF X SMARTPHONE IN
JAKARTA***

Ratna Kurnia

8135162424



***Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

BUSINESS STUDIES EDUCATION

PROGRAM FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG DI JAKARTA**

RATNA KURNIA

8135162424



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

ABSTRAK

RATNA KURNIA, Pengaruh Citra Merek , Gaya Hidup, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Smartphone* Samsung di Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra merek, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung di Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Jakarta , selama enam bulan dari bulan januari hingga bulan juni 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah konsumen *smartphone* samsung yang berdomisili di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 150 orang . Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 11,600 + 0,201 X_1 + 0,194 X_2 + 0,280 X_3$. Uji persyaratan analisis adalah uji normalitas menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikansi Y bernilai sebesar 0,200 , X_1 bernilai sebesar 0,73, X_2 bernilai 0,200, dan X_3 bernilai 0,200 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 , Y atas X_2 , dan Y atas X_3 menghasilkan nilai signifikansi pada linieritas yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan memiliki hubungan yang linier. Selanjutnya dilanjutkan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 2,318$ dan $t_{tabel} = 1,65521$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 2,401$ dan $t_{tabel} = 1,65521$, Y atas X_3 $t_{hitung} = 2,449$ dan $t_{tabel} = 1,65521$. Nilai koefien korelasi antara citra merek (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) adalah 0,201, gaya hidup (X_2) dengan keputusan pembelian (Y) adalah 0,194, dan gaya hidup (X_3) dengan keputusan pembelian (Y) adalah 0,280. Jadi terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Begitupun dengan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian menghasilkan hubungan yang positif. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan pula antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1, X_2, X_3 yang diperoleh sebesar 0,185 yang menunjukkan bahwa 18,5% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek, gaya hidup, dan kualitas produk sedangkan 81,5% lainnya dipengaruhi variabel lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Citra Merek, Gaya Hidup, Kualitas Produk

ABSTRACT





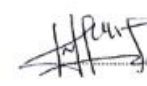

RATNA KURNIA, The Effect of Brand Image, Lifestyle, and Product Quality on Purchasing Decisions on Samsung Smartphones in Jakarta.

The purpose of this study was to determine the relationship between brand image, lifestyle, and product quality on the purchasing decision of Samsung smartphones in Jakarta. This research was conducted in Jakarta, for six months from January to June 2020. The research method that researchers used was a survey method with a correlational approach, the population used was Samsung smartphone consumers who are domiciled in Jakarta. The sampling technique used was purposive sampling of 150 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 11,600 + 0,201 X1 + 0,194 X2 + 0,280 X3$. The analysis requirements test is a normality test using the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and produces a significance level of Y of 0.200, X1 of 0.73, X2 of 0.200, and X3 of 0.200 so that it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Linearity regression test of Y over X1, Y over X2, and Y over X3 produces a significance value at linearity that is $0,000 < 0.05$ so it can be concluded to have a linear relationship. Furthermore, the t test was continued and the resulting Y over X1 count = 2.318 and t table = 1.65521, Y over X2 count = 2.401 and t table = 1.65521, Y over X3 count = 2.449 and t table = 1.65521. The correlation coefficient between brand image (X1) and purchase decision (Y) is 0.201, lifestyle (X2) with purchase decision (Y) is 0.194, and lifestyle (X3) with purchase decision (Y) is 0.280. So there is a positive and significant relationship between brand image on purchasing decisions. Likewise with the lifestyle to purchase decisions produce a positive relationship. There is also a positive and significant relationship between product quality and purchasing decisions. Thus it can be concluded that there is a positive and significant relationship between brand image, lifestyle, and product quality on purchasing decisions. The coefficient of determination of Y for X1, X2, X3 obtained by 0.185 which shows that 18.5% of the purchase decision variable is influenced by brand image, lifestyle, and product quality while the other 81.5% is influenced by other variables.

Keywords: Purchasing Decisions, Brand Image, Lifestyle, Product Quality

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta			
 Dr. Ari Santono, SE, M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Corry Yohana, M, M</u> NIP. 1959091181985032011 (Ketua Penguji)		19 Agustus 2020
2	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E.</u> M.M NIDN. 8854660018 (Penguji Ahli)		19 Agustus 2020
3	<u>Nadya Fadillah F, S Pd, M Si</u> NIP. 199302202019032022 (Sekretaris)		19 Agustus 2020
4	<u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001 (Pembimbing 1)		19 Agustus 2020
5	<u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 2)		19 Agustus 2020
Nama : Ratna Kurnia No. Registrasi : 8135162424 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 19 Agustus 2020			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

F072020

Dipada dengan Cembukan

II. LEMBAR PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ratna Kurnia
NIM : 8135162424
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : Ratnakurnia18@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☐ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Smartphone Samsung Di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Penulis

(Ratna Kurnia)

Dipindai dengan CamScanner

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Agustus 2020



Ratna Kumia

NIM. 8135162424

v

Dipindai dengan CamScanner

Memartabatkan Bangsa

LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Be Kind, Have Courage, and Respect Everybody”

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” (QS. Al – Insyirah: 6)

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini Saya persembahkan untuk Ibu, Bapak dan adik – adik Saya yang selalu memberikan Doa, dukungan dan menyayangi Saya dengan tulus untuk mengejar cita-cita Saya. Saya persembahkan juga skripsi ini untuk Bapak Nurdin dan Mam Ryna yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

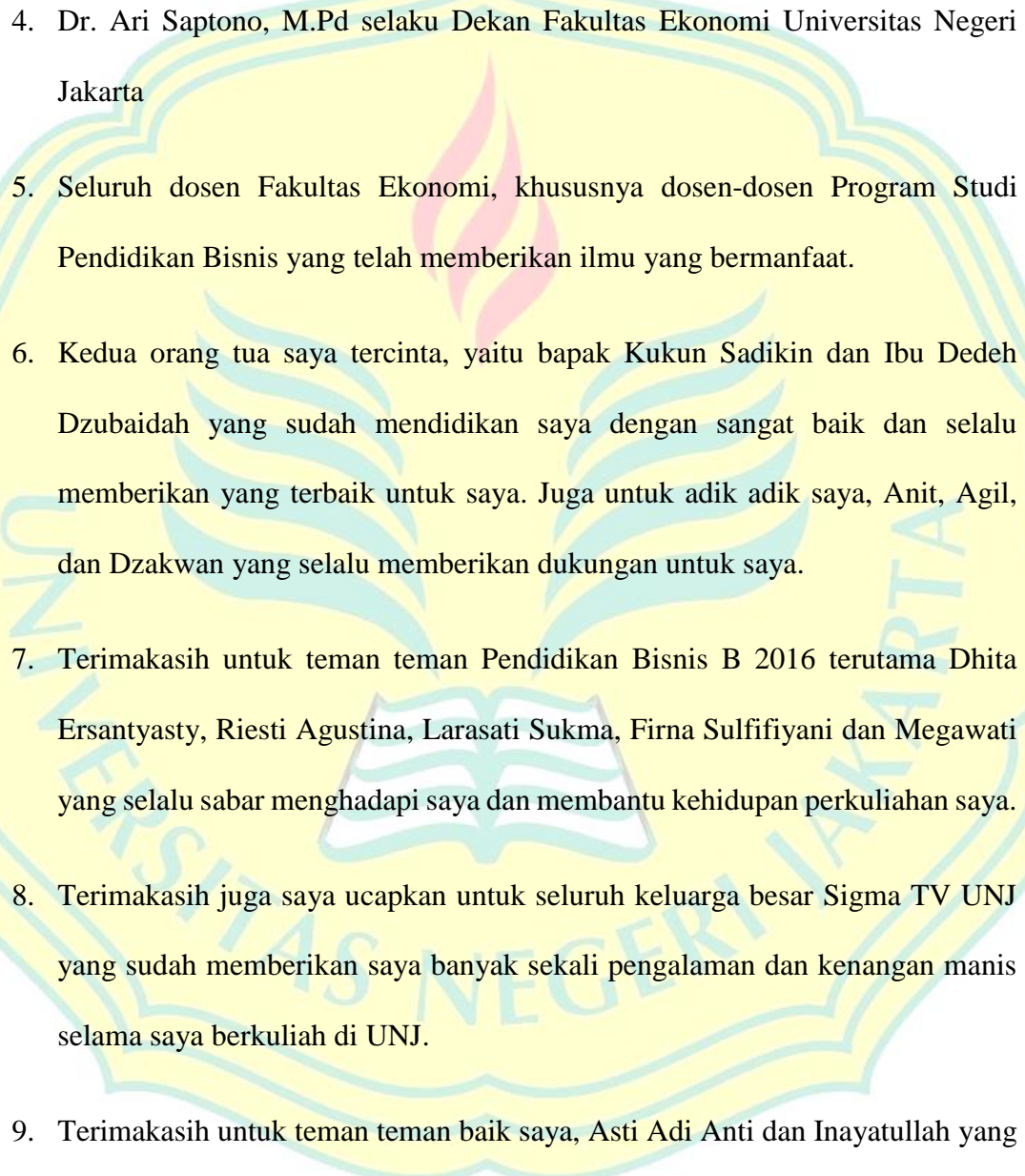
KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, M.M,M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu,saran dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA sebagai dosen pembimbing II sekaligus Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penelitian ini.
3. Usep Suhud Ph.D selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.

- 
4. Dr. Ari Saptono, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
 5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
 6. Kedua orang tua saya tercinta, yaitu bapak Kukun Sadikin dan Ibu Dedeh Dzubaidah yang sudah mendidikan saya dengan sangat baik dan selalu memberikan yang terbaik untuk saya. Juga untuk adik adik saya, Anit, Agil, dan Dzakwan yang selalu memberikan dukungan untuk saya.
 7. Terimakasih untuk teman teman Pendidikan Bisnis B 2016 terutama Dhita Ersantyasty, Riesti Agustina, Larasati Sukma, Firna Sulfifiyani dan Megawati yang selalu sabar menghadapi saya dan membantu kehidupan perkuliahan saya.
 8. Terimakasih juga saya ucapkan untuk seluruh keluarga besar Sigma TV UNJ yang sudah memberikan saya banyak sekali pengalaman dan kenangan manis selama saya berkuliah di UNJ.
 9. Terimakasih untuk teman teman baik saya, Asti Adi Anti dan Inayatullah yang banyak menghibur saya dan menemani saya. Memberikan dukungan moril supaya tetap saya tetap semangat menyelesaikan skripsi saya.
 10. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang dengan keras, mau melawan malas, mengesampingkan senang senang keluar dari zona

nyaman dan mau fokus untuk bergerak serta terus berusaha supaya skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan Peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juni 2020


Ratna Kurnia

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kebaruan Penelitian	10
BAB II	13
KAJIAN TEORETIK	13
A. Latar Belakang Teori	13
1. Keputusan Pembelian	13
2. Gaya Hidup	21
3. Citra Merek	27
4. Kualitas Produk	30
B. Kerangka Teoritik dan Hipotesis	33
1. Kerangka Teoritik	33
2. Hipotesis	35

BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN.....	36
A. Tempat dan Waktu Penelitian	36
1. Tempat Penelitian	36
2. Waktu Penelitian.....	36
B. Metode Penelitian.....	36
1. Metode	36
2. Konstelasi Pengaruh Antar Variabel.....	38
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel	40
3. Penyusunan Instrumen.....	41
BAB VI	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Deskripsi Data	66
1. Profil Responden.....	66
2. Profil Data.....	70
B. Pengujian Hipotesis	87
1. Pengujian Persyaratan Analisis.....	87
2. Persamaan Linier Regresi Berganda.....	91
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	93
4. Pengujian Analisis Korelasi Ganda	95
5. Pengujian Koefisiensi Determinasi.....	96
C. Pembahasan	99
1. Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	99
2. Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian	100
3. Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	102
BAB V	104
KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	104
A. Kesimpulan.....	104



1.	Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	104
2.	Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian	105
3.	Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	106
B.	Implikasi	106
C.	Keterbatasan Penelitian	107
D.	Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	108
1.	Perusahaan <i>Smartphone</i> Samsung	109
2.	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	110
	Daftar Pustaka	113
	Lampiran-Lampiran	116
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	224

Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Bagan Penjualan Smartphone di Indonesia	3
Gambar I.2 Hasil Survei Awal Pengguna Samsung di Jakarta.....	6
Gambar II.1 Tahapan Keputusan Pembelian	16
Gambar III.1 Konstelasi X1, X2, X3 (Citra merek, Gaya hidup, Kualitas produk) terhadap Y (Keputusan pembelian)	39
Gambar IV.1 Grafik Usia Responden	67
Gambar IV.2 Grafik Domisili Responden	68
Gambar IV.3 Grafik Pekerjaan Responden	69
Gambar IV.4 Grafik Histogram Keputusan Pembelian	73
Gambar IV.5 Grafik Histogram Citra Merek	76
Gambar IV.6 Grafik Histogram Gaya Hidup.....	80
Gambar IV.7 Grafik Histogram Kualitas Produk.....	85

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Tabel Dimensi Gaya Hidup	26
Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian	43
Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian	44
Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen Citra merek.....	48
Tabel III.4 Skala Penilaian Instrumen Citra Merek	50
Tabel III.5 Kisi-kisi Instrumen Gaya Hidup.....	55
Tabel III.6 Skala Penilaian Instrumen Gaya Hidup.....	56
Tabel III.7 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk	60
Tabel III.8 Skala Penilaian Instrumen Kualitas Produk	61
Tabel IV.1 Profil Usia Responden	67
Tabel IV.2 Profil Domisili Responden.....	68
Tabel IV.3 Profil Pekerjaan Responden	69
Tabel IV.4 Statistika Deskriptif Keputusan Pembelian	71
Tabel IV.5 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	71
Tabel IV.6 Rata Rata Hitung Skor Indikator Variabel Keputusan Pembelian..	74
Tabel IV.7 Statistika Deskriptif Citra Merek	75
Tabel IV.8 Distribusi Frekuensi Citra Merek	75
Tabel IV.9 Rata Rata Hitung Skor Indikator Variabel Citra Merek	77
Tabel IV.10 Statistik Deskriptif Gaya Hidup	78
Tabel IV.11 Distribusi Frekuensi Gaya Hidup	79
Tabel IV.12 Rata Rata Skor Indikator Variabel Gaya Hidup	82
Tabel IV.13 Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	84

Tabel IV.14 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk	84
Tabel IV.15 Rata Rata Hitung Skor Indikator Kualitas Produk	86
Tabel IV.16 Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_1, X_2, X_3.....	87
Tabel IV.17 Hasil Uji Linieritas antara Keputusan Pembelian dengan Citra Merek	89
Tabel IV.18 Hasil Uji Linieritas Keputusan Pembelian dengan Gaya Hidup	90
Tabel IV.19 Hasil Uji Linieritas Keputusan Pembelian dengan Kualitas Produk	91
Tabel IV.20 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Berganda	92
Tabel IV.21 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	94
Tabel IV.22 Hasil Uji Analisis Korelasi Ganda.....	95
Tabel IV.23 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	97
Tabel IV.24 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	97
Tabel IV.25 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	98

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian)	116
Lampiran 2 Skor Uji Coba Instrumen Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	120
Lampiran 3 Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Keputusan Pembelian) ..	121
Lampiran 4 Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian) .	123
Lampiran 5 Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Y (Keputusan Pembelian)	124
Lampiran 6 Perhitungan Varians Butir, Varians Total, dan Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	126
Lampiran 7 Kuesioner Uji Final Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian)	128
Lampiran 8 Data Mentah Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	131
Lampiran 9 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Jumlah, Nilai Rata Rata, Varian, dan Simpangan baku Variabel Y (Keputusan Pembelian)	138
Lampiran 10 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Keputusan Pembelian)	139
Lampiran 11 Skor Indikator Dominan Histogram Y (Keputusan Pembelian)	140
Lampiran 12 Kuesioner Uji Coba Variabel X1 (Citra Merek).....	141
Lampiran 13 Skor Uji Coba Instrumen Variabel X1 (Citra Merek)	145
Lampiran 14 Perhitungan Hasil Analisis Butir Variabel X1 (Citra Merek).....	146
Lampiran 15 Data Perhitungan Validitas Variabel X1 (Citra Merek).....	148
Lampiran 16 Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas X1 (Citra Merek)	149
Lampiran 17 Perhitungan Varians Butir, Varians Total, dan Uji Reliabilitas Variabel X1 (Citra Merek).....	150
Lampiran 18 Kuesioner Uji Final Penelitian Variabel X1 (Citra Merek)	152
Lampiran 19 Data Mentah Variabel X1 (Citra Merek)	156
Lampiran 20 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata Rata, Varian, dan Simpangan Baku Variabel X1 (Citra Merek) ...	163
Lampiran 21 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X1 (Citra Merek).....	164
Lampiran 22 Skor Indikator Dominan Variabel X1 (Citra Merek)	165
Lampiran 23 Kuesioner Uji Coba Variabel X2 (Gaya Hidup)	166
Lampiran 24 Skor Uji Coba Instrumen Variabel X2 (Gaya Hidup)	169
Lampiran 25 Perhitungan Analisis Butir Variabel X2 (Gaya Hidup)	170
Lampiran 26 Data Perhitungan Validitas Variabel X2 (Gaya Hidup)	172

Lampiran 27 Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X2 (Gaya Hidup)	173
Lampiran 28 Perhitungan Varians Butir, Varians Total, dan Reliabilitas Variabel X2 (Gaya Hidup)	174
Lampiran 29 Kuesioner Final Penelitian Variabel X2 (Gaya Hidup)	176
Lampiran 30 Data Mentah Variabel X2 (Gaya Hidup)	179
Lampiran 31 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Rata Rata, Varian, dan Simpangan Baku Variabel X2 (Gaya Hidup)	186
Lampiran 32 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X2(Gaya Hidup)	187
Lampiran 33 Skor Indikator Dominan Variabel X2 (Gaya Hidup)	188
Lampiran 34 Kuesioner Uji Coba Variabel X3 (Kualitas Produk).....	189
Lampiran 35 Skor Uji Coba Variabel X3 (Kualitas Produk)	192
Lampiran 36 Perhitungan Analisis Butir Variabel X3 (Kualitas Produk).....	194
Lampiran 37 Data Perhitungan Validitas Variabel X3 (Kualitas Produk).....	196
Lampiran 38 perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X3 (Kualitas Produk).....	197
Lampiran 39 Perhitungan Varians Butir, Varians Total, dan Reliabilitas Variabel X3 (Kualitas Produk)	198
Lampiran 40 Kuesioner Final Penelitian Variabel X3 (Kualitas Produk)	199
Lampiran 41 Data Mentah Variabel X3 (Kualitas Produk)	202
Lampiran 42 Perhitungan Range , Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Rata Rata, Varians. Dan Simpangan Baku Variabel X3 (Kualitas Produk)	209
Lampiran 43 Proses Menggambar Grafik Histogram Variabek X3 (Kualitas Produk)	210
Lampiran 44 Skor Indikator Dominan Variabel X3 (Kualitas Produk)	211
Lampiran 45 Data Mentah Variabel Y (Keputusan Pembelian), X1 (Citra Merek), X2 (Gaya Hidup), dan X3 (Kualitas Produk)	212
Lampiran 47 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	216
Lampiran 48 Tabel Nilai Nilai R Product Momen Dari Pearson	217
Lampiran 49 Tabel Nilai-nilai untuk distribusi F.....	218
Lampiran 50 Tabel-tabel Untuk Distribusi t.....	219
Lampiran 51 Daftar Nama Responden Uji Coba	220
Lampiran 52 Daftar Nama Responden Uji Final.....	221